



AJUNTAMENT DE  
COCENTAINA

# Resumen Ejecutivo: La oferta comercial de Cocentaina.

**Diciembre 2016.**

*Cocentaina*

DIRECCIÓN TÉCNICA

Agustín Rovira Lara

COORDINACIÓN

David Forés Marzá

EQUIPO TÉCNICO

Begoña Marín García

Carmen Hernández Samper

Gema Valor Moncho

Sonia Esteban Ballester

Amadeo Aznar Macías.

Alejandro Gil Andrés

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Israel Angulo Amigo

Cocern



AJUNTAMENT DE  
COCENTAINA

# Resumen Ejecutivo: La oferta comercial de Cocentaina.

**Diciembre 2016.**

Consejo de  
**Cámaras**  
de la Comunitat Valenciana

 **pateco**

Cocentaina

Cocem

## Índice de contenidos

Objetivos .....	6
Metodología .....	8
Principales conclusiones del estudio de oferta comercial de Cocentaina .....	10
Propuestas dirigidas a la dinamización y profesionalización del comercio minorista de Cocentaina .....	16
3 Líneas de actuación .....	18

*Cocentaina*

**01.** ■

INTRODUCCIÓN

Cocern

- ❧ El presente documento se ha realizado en el marco del Convenio de colaboración suscrito el 12 de septiembre de 2016, entre l'Ajuntament de Cocentaina y el Consell de Cambres de Comerç de la Comunitat Valenciana, para la investigación, la profesionalización y la dinamización del sector comercial. El estudio se ha estructurado en varias fases dirigidas a incorporar un conjunto de acciones de mejora que posibiliten incrementar la competitividad y la adecuación de la actividad comercial a las necesidades del consumidor.
- ❧ Este estudio se corresponde con la Fase I del Convenio, consistente en el análisis de la estructura comercial del municipio a partir del censo de actividades comerciales minoristas, de su geolocalización y de diversos trabajos de campo con empresarios y comerciantes de Cocentaina.
- ❧ El documento ha sido elaborado por la Oficina de Comercio y Territorio (PATECO) del Consell de Cambres de Comerç de la Comunitat Valenciana. Ha participado en su realización un equipo multidisciplinar, que ha afrontado su elaboración desde una perspectiva integral abordando todos los aspectos que afectan a la actividad comercial del municipio.

ta  
ta  
ina

**02.**

OBJETIVOS

Cocem



Los objetivos planteados en el estudio han incidido en los siguientes aspectos:

- ❏ **Cuantificación de la oferta comercial y de servicios del municipio**, de modo que se ha podido determinar la estructura comercial de Cocentaina y conocer las carencias existentes a nivel dotacional.
- ❏ **Geolocalización de la actividad comercial y de servicios**, que ha posibilitado determinar las zonas del municipio donde se concentra la actividad y las zonas y/o barrios peor abastecidos.
- ❏ **Cuantificación de los locales disponibles en el momento del censo**, aportando información de valor que permite a la Agencia de Desarrollo Local mejorar su labor de orientación y asesoramiento en materia de emprendimiento y de implantación de actividades económicas.
- ❏ **Diagnosticar la situación del sector comercial y de servicios, así como las necesidades de los profesionales del sector** a partir de diversos trabajos de campo con el fin de proponer medidas para su modernización y profesionalización.

ta  
ta  
ina

**03.**

**METODOLOGÍA**

*Cocem*

La elaboración del **Estudio de la oferta comercial y de servicios de Cocentaina** se ha estructurado del siguiente modo:

- a) **Análisis y caracterización de la economía local y, específicamente, de la actividad comercial minorista del municipio**, describiendo el comercio y al comerciante y analizando la actividad en el territorio a partir de la realización de un censo de actividades a pie de calle.
- b) **Diagnóstico del nivel de profesionalización y de la imagen general del punto de venta**.
- c) **Detección de necesidades del empresario comerciante y de aspectos que pueden incidir en la competitividad del sector**.

**A partir del diagnóstico realizado se ha planteado un conjunto de orientaciones** que van dirigidas a la mejora **interna de la actividad comercial y a su dinamización**.

Para la realización del presente estudio se han realizado diversos **trabajos de campo**:

- ❧ **Censo de 441 locales a pie de calle**.
- ❧ **Cuestionario entregado a 171 locales comerciales** para determinar el perfil de comerciante y de comercio que opera en el municipio.
- ❧ **Dinámicas de grupo con comerciantes y empresarios del sector comercial y de servicios de Cocentaina**, con el objetivo conocer con mayor profundidad la opinión de los empresarios del sector y complementar la información cuantitativa del estudio.
- ❧ **Dinámicas de grupo con consumidores del municipio** para conocer con mayor profundidad la opinión de los consumidores, las necesidades no satisfechas y los aspectos que más valoran de la oferta existente en el municipio.
- ❧ **Entrevistas a informantes clave** para recoger información de valor que pueda corroborar los datos extraídos de fuentes secundarias o de trabajos de campo de carácter cuantitativo.
- ❧ Un **análisis sistematizado de los puntos de venta comerciales**, que ha facilitado el diagnóstico general sobre la imagen del establecimiento comercial de Cocentaina.

# 04.

PRINCIPALES  
CONCLUSIONES DEL  
ESTUDIO DE OFERTA  
COMERCIAL DE  
COCENTAINA

Cocem

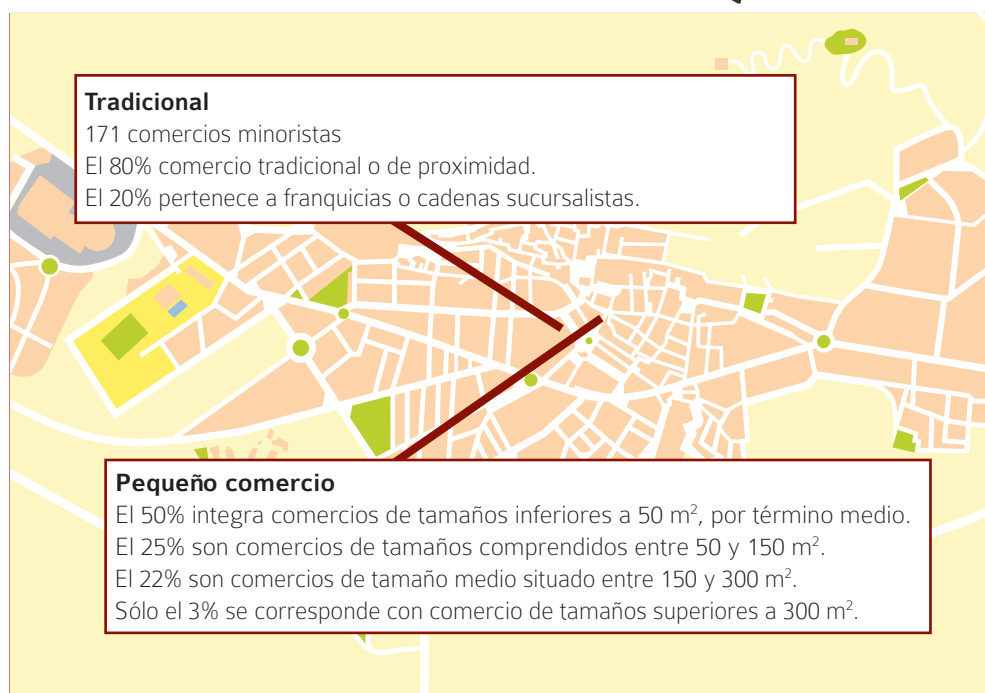
- 1) Cocentaina se integra en el Área Funcional Comercial d'Alcoi, de la que forman parte 29 municipios de las comarcas alicantinas de El Comtat, La Marina Alta y L'Alcoià. Alcoi es la cabecera y concentra el 58% de la oferta comercial del Área Funcional, ejerciendo gran capacidad de atracción sobre los municipios del entorno.
- 2) Cocentaina cuenta con una población de 11.406 habitantes (INE. Cifras de población. Padrón Municipal 2015). Concentra aproximadamente el 12,5% de la dotación comercial del Area Funcional, mostrando cierta capacidad de atracción comercial sobre municipios más pequeños y próximos. La diversificación de la oferta comercial del municipio y la disponibilidad de nuevos equipamientos comerciales y de ocio en Cocentaina, han contribuido a fijar parte del gasto en ocio de la población contestana y a mejorar su atractivo comercial en los últimos años.
- 3) En Cocentaina se han censado 330 locales activos en 2016. El 48% de los locales albergan alguna actividad de servicios, destacando la presencia de negocios de restauración y hostelería, que alcanza el 31,4% del total de actividades de servicios. **Cocentaina cuenta con una oferta de restaurantes diferenciados y reconocidos** que contribuyen a dar a conocer el municipio a nivel gastronómico.
- 4) La oferta comercial la integran 171 establecimientos comerciales minoristas, el 51,8% de locales censados. Los datos muestran una dotación comercial suficiente de productos de alimentación, droguería y perfumería y algo más limitada de bienes de consumo ocasional. Además, la actividad comercial contribuyó en el último año a generar un 28% de las afiliaciones medias que se produjeron en el municipio.
- 5) **El municipio presenta un tejido comercial basado en pequeño comercio especializado**, gestionado por un empresario individual en el 80,5% de los casos.
- 6) **Existen dos zonas comerciales o polos de atracción comercial:** el núcleo urbano conformado en torno al Passeig del Comtat y Avda. País Valencià y la Zona de El Altet, que cuenta con un espacio de 16.812 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA) y alberga un hipermercado Carrefour y ocho puntos de venta de tamaño medio-grande, destacando la oferta de equipamiento del hogar y jardinería.
- 7) **El 81% del comercio se localiza en tan sólo 9 ejes comerciales:** Passeig del Comtat, Avinguda País Valencià, N-340, Plaça Venerable Escuder, Major, Xàtiva, Comte de Cocentaina, Bisbe Estaña y Ferrocarril. Por el contrario, hay zonas del municipio prácticamente desabastecidas como son Fraga-Real Blanc, Les casetes de Riera o el Raval.

# Estructura de la actividad comercial y de servicios de Cocentaina.



- 8) La caracterización del establecimiento comercial muestra un comercio con una edad media de 22 años. En prácticamente la mitad de los puntos de venta censados se detectan áreas de mejora en aspectos como imagen y disposición interior, imagen exterior, escaparates y accesibilidad.
- 9) El nivel de incorporación de TIC's en el negocio es bajo, contando un 21% de los establecimientos con páginas web dirigidas a fines comerciales y un 35,8% con participación en redes sociales como forma de comunicación con los clientes.
- 10) Los empresarios perciben algunas carencias en materia de urbanismo comercial en Cocentaina. En torno al 15-20% de los empresarios que han respondido el cuestionario, considera que habría que mejorar el alumbrado público, las aceras y el mobiliario urbano (papeleras, bancos, etc.).
- 11) Asimismo, los comerciantes consideran importante, de cara a mejorar sus resultados, la realización de actuaciones de animación y dinamización comercial. Un 24,5% así lo manifiesta.

## El comercio de Cocentaina.



Fuente: Censo de locales comerciales de Cocentaina. Oficina Comercio y Territorio - PATECO.

A partir del anterior análisis se obtienen las siguientes conclusiones:

## Fortalezas / Oportunidades.

- ❧ Entorno natural de interés (montaña).
- ❧ Patrimonio y recursos culturales (equipamientos y actividades).
- ❧ Centralidad de Cocentaina reforzada entre los municipios más pequeños del Área Funcional como consecuencia de la diversificación de su oferta comercial y de ocio.
- ❧ Especialización productiva que puede propiciar oportunidades de negocio en sectores complementarios.
- ❧ Oferta amplia y variada del sector terciario, destacando el papel de la actividad comercial como generador de empleo.
- ❧ Oferta comercial "local y sostenible". Se puede encontrar productos locales lo que representa un atractivo. Hay un comercio tradicional de alimentación con oferta de productos valorados que aportan identidad al municipio, destacando carnicerías y panaderías.
- ❧ Nivel de asociacionismo medio-alto.
- ❧ Recuperación del "Mercat de dins".
- ❧ La Fira como elemento de atracción y posicionamiento del municipio.
- ❧ Atractivo del "Mercat dels dijous" en verano.
- ❧ Oferta de restaurantes de prestigio, alguno de ellos con reconocimiento a nivel nacional.
- ❧ Concentración del comercio de atracción junto a una oferta de servicios en torno a dos ejes comerciales paralelos y sus adyacentes: Passeig del Comtat y Avinguda País Valencià.
- ❧ Atracción de residentes del entorno, especialmente procedentes de Benilloba, Alcoletja, Penàguila, Muro d'Alcoi, etc.
- ❧ Dinamismo del municipio en primavera-verano, hasta las Fiestas de "Moros i Cristians".
- ❧ Oportunidad de desarrollar una estrategia turística del municipio que ponga en valor el patrimonio, la cultura local y sirva de motor económico al municipio.
- ❧ Aprovechamiento del eje temático "Paquito el Xocolatero".



## Debilidades / Amenazas.

- ❧ Tendencia al estancamiento y envejecimiento de la población superior a la media valenciana.
- ❧ El 20% de los locales a pie de calle permanecen cerrados, sin actividad.
- ❧ Hay una oferta de bares/restaurantes poco diferenciada en los ejes de mayor concentración y atracción de Cocentaina: Passeig del Comtat y Av. País Valencià.
- ❧ La imagen de los establecimientos comerciales es poco atractiva para el 50% de los comercios.
- ❧ El traslado de algunos comercios tradicionales a los ejes más dinámicos, implica pérdida progresiva de comercios tradicionales en el Casco Antiguo.
- ❧ La dificultad para abrir negocios en el Casco Antiguo por la normativa existente.
- ❧ Hay discontinuidad entre los principales polos comerciales.
- ❧ Hay barrios desabastecidos desde el punto de vista comercial.
- ❧ Sólo el 7% de los servicios abre los domingos y sólo el 25% los sábados por la tarde, de forma que el fin de semana los residentes prefieren salir fuera a realizar actividades de ocio familiar y nocturno.
- ❧ La oferta es considerada por los consumidores como demasiado generalista y por los jóvenes escasa en algunos productos de gama intermedia, sobre todo de ropa y electrónica.
- ❧ Hay fugas de clientes a Alcoi y Alicante y algo a Gandia, Xàtiva y Ontinyent.
- ❧ Hay cierta percepción de que el "Mercat dels dijous" ha perdido atractivo, sobre todo en oferta de textil.
- ❧ El Altet dispone de poca oferta atractiva de moda, por lo que no genera sinergias con el comercio urbano.
- ❧ Los comercios no ofrecen de forma generalizada algunos servicios considerados importantes por los consumidores, como posibilidad de devoluciones o de pago con tarjeta.

# 05. ■

PROPUESTAS  
DIRIGIDAS A LA  
DINAMIZACIÓN Y  
PROFESIONALIZACIÓN  
DEL COMERCIO  
MINORISTA DE  
COCENTAINA

Cocem

Entre el conjunto de acciones propuestas se incluyen algunas dirigidas a mejorar la imagen física y los servicios ofrecidos por los establecimientos y otras a promocionar esa imagen y animar las zonas comerciales en la que se ubican los comercios, así como mejorar el mix comercial del municipio.

Con las acciones propuestas se pretenden alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- ❧ **Fortalecer la identidad comercial** y de servicios de Cocentaina.
- ❧ **Fidelizar al consumidor local**, tratando de retener un porcentaje de gasto que los residentes realizan en los equipamientos comerciales de otros municipios.
- ❧ **Aprovechar las sinergias derivadas del potencial desarrollo turístico** de la zona y del posicionamiento de Cocentaina en lo relacionado con la gastronomía o la cultura.
- ❧ **Dinamizar el comercio del núcleo urbano mejorando su posicionamiento frente a otros destinos y /o formatos comerciales.**
- ❧ **Fomentar la profesionalización y cooperación del sector** para la consecución de un comercio más competitivo y moderno.

**06.** ■

3 LÍNEAS DE  
ACTUACIÓN

Cocem

# 1- Promoción de la oferta comercial y de servicios de Cocentaina.

Cocentaina cuenta con 330 actividades de servicios, de las que el comercio representa casi el 52%. Del análisis realizado se detecta una oportunidad de reforzar el papel del comercio en la estructura económica del municipio poniendo en valor la oferta comercial y de servicios de Cocentaina como una oferta de proximidad y confianza, que permita fidelizar a los consumidores locales -que se desplazan fuera a comprar determinados productos- así como atraer a residentes de otros municipios del entorno o potenciales visitantes atraídos por el turismo y el patrimonio.

Destacan asimismo algunos elementos potenciales de atracción que podrían reforzarse, como el Mercat Tradicional del Dijous, así como cierta especialización en productos de alimentación como el pan, los dulces y el embutido.

Objetivos:

- ❧ Reforzar la imagen de marca comercial y de servicios del municipio.
- ❧ Poner en valor la oferta comercial de Cocentaina, difundiendo la idea de una oferta comercial de proximidad, especializada y de calidad.
- ❧ Fidelización de clientes locales.
- ❧ Captación de nuevos consumidores potenciales del municipio del entorno.

Para ello se proponer la realización de las siguientes acciones:

- ❧ Elaboración de una imagen de marca comercial para Cocentaina.
- ❧ Plan de promoción de la marca comercial. Fidelización.
- ❧ Plan de comunicación de la oferta comercial y de servicios. Directorio y plano comercial.
- ❧ Plan de promoción de comercios singulares (hornos, pastelerías y carnicerías)
- ❧ Plan de promoción turístico-comercial.

## 2- Dinamización comercial urbana.

El centro urbano de Cocentaina es el área más comercial del municipio, principalmente el entorno del Passeig del Comtat hasta el eje Carrer Major y Plaça del Venerable Escuder - Plaça del Plà.

Es, por otra parte, la zona en la que se ha desarrollado tradicionalmente la actividad comercial del municipio y un espacio simbólico para los residentes. Y es también la zona donde se concentran los principales recursos patrimoniales, como el Palau y equipamientos administrativos, como l'Ajuntament.

Los residentes valoran la realización de acciones que dinamicen esta zona por ser la de mayor concentración de locales de comercio y servicios y consideran necesario la articulación de un plan que permita animar comercialmente la zona centro del municipio, tratando de dotarla de oferta de ocio juvenil y familiar.

Principales acciones propuestas:

- ❧ Consolidar el eje comercial principal "Passeig Comercial".
- ❧ Campaña "Abierto Sábados Tarde":
- ❧ Calendario de acciones de animación.
- ❧ Dinamización del Mercat del Dijous.

Cocentaina

### 3 - Profesionalización del sector comercial y de servicios de Cocentaina.

El análisis del tejido comercial de Cocentaina permite caracterizar el comercio de la localidad, tanto desde el punto de vista del establecimiento físico, como del nivel de profesionalidad del empresario o comerciante y los servicios que presta.

Los negocios de Cocentaina tienen una antigüedad media de 22 años y casi un 48% de los comerciantes encuestados iniciaron su actividad después del año 2000. La mitad de negocios ha realizado reformas en los últimos cinco años. Sin embargo, el trabajo de campo realizado, señala que la imagen comercial de los establecimientos es mejorable y necesita herramientas para adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores.

Aunque la Associació de Comerç i de Serveis de Cocentaina se ha renovado y se detecta interés en colaborar y en realizar nuevos proyectos, es necesario reforzar su nivel de asociacionismo y profesionalización.

Objetivos:

- ❧ Revitalización y fortalecimiento del tejido empresarial.
- ❧ Modernización del tejido comercial.
- ❧ Mejora de la calidad.
- ❧ Potenciación de la profesionalización del sector y aumento de la competitividad empresarial del comercio.

Para ello se plantean las siguientes acciones:

- ❧ Plan de formación del comercio y servicios de Cocentaina.
- ❧ Plan de mejora de la imagen exterior: fachadas y rótulos.
- ❧ Plan de mejora de los establecimientos: diagnósticos punto de venta.
- ❧ Campaña de fomento del asociacionismo y la cooperación empresarial.



AJUNTAMENT DE  
COCENTAINA

*Cocentaina*